

**МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ
БЕЛОРУССКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ИНСТИТУТ ЖУРНАЛИСТИКИ
Факультет журналистики
Кафедра технологий коммуникации**

ЯХИМОВИЧ
Наталья Александровна

**ПАБЛИК РИЛЕЙШНЗ В ШОУ-БИЗНЕСЕ: ОСОБЕНОСТИ,
ПРОБЛЕМЫ, ТЕНДЕНЦИИ**

Дипломная работа

Научный руководитель –
старший преподаватель
Федотова Юлия Борисовна

Допущена к защите

«_» _____ 201_г

Зав.кафедрой технологий коммуникации

кандидат философских наук, доцент И.В Сидорская

Минск, 2015

РЕФЕРАТ

Дипломная работа: страниц- 52, источников- 36.

ПАБЛИК РИЛЕЙШНЗ В ШОУ-БИЗНЕСЕ: ОСОБЕННОСТИ, ПРОБЛЕМЫ, ТЕНДЕНЦИИ

Перечень ключевых слов: шоу-бизнес, тенденции, музыкальные группы, проблематика, особенности, группы, лейбл, интернет, продюсер.

Объектом данной дипломной работы является – Паблик рилейшнз в шоу-бизнесе.

Предметом данной работы являются особенности, проблемы, тенденции.

Целью данной дипломной работы является изучение проблематики, тенденций и особенностей паблик рилейшнз у белорусских и российских артистов.

Для своей дипломной работы мы выбрали эмпирический метод и экспертный вопрос.

Так же в своей работе мы рассмотрим проблемы, тенденции и особенности паблик рилейшнз в шоу-бизнесе. Основой теоретической части послужил опыт, описываемый в книгах Е.Игнатьевой «Связи с общественностью в сфере исполнительного искусства», В.Королько — «Основы паблик рилейшенз», Д.Игнатьева и А.Бекетова «Настольная энциклопедия Public Relations», Д.Ньюсома и Ван Слейка «Все о PR. Теория и практика паблик рилейшенз». Из белорусской литературы нам помогла книга В. Максимкова «Продюсирование в шоу-бизнесе по-белорусски».

Актуальность данной работы в том, что шоу-бизнес – это крупная и быстро развивающаяся сфера мировой экономики, приносящая многомиллиардные доходы. Привлекательность и прибыльность шоу-бизнеса в развитых странах мира обусловлены быстрым расширением сферы услуг в целом, растущими потребностями населения в услугах индустрии развлечений, стремительным развитием научно-технического прогресса и технологий, глобализацией рынков. Наряду с этими тенденциями наблюдается значительное увеличение конкуренции в этой сфере . Поэтому, чтобы выделить артиста и сделать его более привлекательным для публики – нужен паблик рилейшнз. На белорусском рынке, шоу-бизнес так же одна из интересных и быстро растущих отраслей.

РЕФЕРАТЫ

Дыпломная праца: страниц- 52, источников- 36.
Паблік рiлэйшн ў шоў-бiзнэсе: асаблiвасцi, праблемы, тэндэнцыi
Пералiк ключавых слоў: шоў-бiзнэс, тэндэнцыi, музычныя групы, праблематыка, асаблiвасцi, групы, лэйбл, iнтэрнэт, прадзюсар. Аб'ектам дадзенай дыпломнай працы з'яўляецца - Паблiк i кiрмашоў у шоў-бiзнэсе.

Прадметам дадзенай працы з'яўляюцца асаблiвасцi, праблемы, тэндэнцыi.

Мэтай дадзенай дыпломнай працы з'яўляецца вывучэнне праблематыкi, тэндэнцый i асаблiвасцяў выстаў i кiрмашоў ў беларускiх i расiйскiх артыстаў.

Для сваёй дыпломнай працы мы абрала эмпiрычны метадад i экспертны пытанне.

Гэтак жа ў сваёй працы мы разгледзiм праблемы, тэндэнцыi i асаблiвасцi выстаў i кiрмашоў у шоў-бiзнэсе. Асновай тэарэтычнай часткi паслужыў вопыт, апiсваны ў кнiгах Е.Игнатъевой «Сувязi з грамадскасцю ў сферы выканаўчага мастацтва», В.Королько - «Асновы паблiк рiлейшенз», Д.Игнатъева i А.Бекетова «Настольная энцыклапедыя Public Relations», Д.Ньюсома i ван Слейка «Усе аб PR. Тэорыя i практыка паблiк рiлейшенз ». З беларускай лiтаратуры нам дапамагла кнiга В. Максiмкова «Прадзюсаваньне ў шоў-бiзнэсе па-беларуску».

Актуальнасць дадзенай працы ў тым, што шоў-бiзнэс - гэта буйная i хутка развiваецца сфера сусветнай эканомiкi, якая прыносiць шматмiльярдныя прыбыткi. Прывабнасць i прыбытковасць шоў-бiзнэсу ў развiтых краiнах свету абумоўлены хуткiм пашырэннем сферы паслуг у цэлым, якiя растуць патрэбамi насельнiцтва ў паслугах iндустрыi забаў, iмклiвым развiццём навукова-тэхнiчнага прагрэсу i тэхналогiй, глабалiзацыяй рынкаў. Разам з гэтымi тэндэнцыямi назiраецца значнае павелiчэнне канкурэнцыi ў гэтай сферы. Таму, каб вылучыць артыста i зрабiць яго больш прывабным для публiкi -нужен выстаў i кiрмашоў. На беларускiм рынку, шоў-бiзнэс так жа адна з iнтарэсных i хутка растуцых галiн.

ESSAY

Thesis: stranits- 52 istochnikov- 36.

PUBLIC RELATIONS in show business: features, problems and trends

List of key words show business, trends, music groups, problems, features, group label, Internet, producer.

The object of this thesis is - Public relations in show business.

The subject of this work are the features, problems and trends.

The aim of this thesis is to study the issues, trends and characteristics of public relations at the Belarusian and Russian artists. For his thesis, we chose an empirical method and expert issue. Also in our work, we consider the issues, trends and characteristics of public relations in the entertainment business. The basis of the theoretical part was the experience described in the books E.Ignatevoy "Public relations in the field of performing arts," V.Korolko - "Fundamentals of public relations" D.Ignateva and A.Beketova "Desktop Encyclopedia of Public Relations», and D.Nyusoma Van Sleyka "All about PR. Theory and practice of public relations. " From Belarusian literature helped us book by Maksimkova "Producing in show business in Belarusian."

The relevance of this work is that show business - it is a large and rapidly developing sphere of global economy, bringing billions of dollars in revenues. The attractiveness and profitability of show business in the developed world are caused by the rapid expansion of the service sector as a whole, the growing needs of the population in the service of the entertainment industry, the rapid development of scientific and technological progress and technology, the globalization of markets. Along with these trends, there is a significant increase in competition in this area. Therefore, to identify the artist and make it more attractive to the public -nuzhen public relations. In the Belarusian market, show business is also one of the most interesting and fast-growing industries.

Yahimovich N. A
